



La publicidad en México es parte fundamental de la economía. En 2015, el mercado de la publicidad en el país ascendió a los 148 mil millones de pesos, los cuales representaron el 0.75% del Producto Interno Bruto (PIB) del país. En 2018, la inversión en publicidad pasó al 0.92% del PIB nacional, cifra que ascendió a 1,725 miles de millones de pesos. Esa es una de las razones por las que los legisladores consideraron necesario regular el mercado de la publicidad.

El pasado 3 de junio, fue publicada la Ley para la Transparencia, Prevención y Combate de Prácticas Indevidas en Materia de Contratación de Publicidad.<sup>1</sup> La ley establece como objetivo regular las prácticas comerciales en el mercado de la publicidad. Además, plantea promover la transparencia en los procesos de contratación en beneficio de los anunciantes y consumidores finales. Antes de esta ley, no había ninguna disposición que regulara la relación entre las agencias de medios, medios de comunicación y anunciantes.

La ley a través de diversas disposiciones establece una serie de mecanismos para la protección de los derechos del consumidor. Por ejemplo, una agencia de medios no puede adquirir espacios publicitarios para su posterior reventa a un anunciante.<sup>2</sup>

Sin embargo, aunque la ley, en beneficio del consumidor, tiene como objetivo que un agente económico no distorsione los precios en el mercado y que exista la competencia y la libre concurrencia, la ley también podría causar un perjuicio a las agencias de medios. Por ejemplo, conforme a la nueva ley, las agencias de medios no pueden prestar servicios simultáneos a los anunciantes y a los medios,<sup>3</sup> ni pueden recibir comisiones por parte de los medios por la prestación de servicios.<sup>4</sup> La factura por concepto de la venta de los espacios publicitarios debe ser enviada por los medios de comunicación directamente al anunciante, aun cuando la agencia realice el pago en su nombre.<sup>5</sup>

La Ley de Transparencia para la Publicidad entrará en vigor el 1 de septiembre de 2021.<sup>6</sup> Las agencias de medios deben realizar diversos ajustes a sus relaciones con los medios de comunicación y anunciantes para no incurrir en las infracciones establecidas en la ley y ser sancionadas con una multa equivalente a 2 o 4 por ciento de sus ingresos.<sup>7</sup>

Si tienes alguna duda o necesitas asesoría sobre este tema, no dudes en contactarnos:  
[gerardoperez@allestrategias.com](mailto:gerardoperez@allestrategias.com).

Ciudad de México, 4 de junio de 2021.

<sup>1</sup>DECRETO por el que se expide la Ley para la Transparencia, Prevención y Combate de Prácticas Indevidas en Materia de Contratación de Publicidad, disponible en <https://bit.ly/3g8ytck> (Decreto).

<sup>2</sup>Decreto, artículo 4.

<sup>3</sup>Decreto, artículo 5.

<sup>4</sup>Decreto, artículo 5.

<sup>5</sup>Decreto, artículo 6.

<sup>6</sup>La Ley entrará en vigor a los 90 días siguientes al de su publicación en el Diario Oficial de la Federación, artículo Único Transitorio (Decreto).

<sup>7</sup>Decreto, artículo 10.